

у 2017 році на першому фестивалі локальної їжі та культури «Тернопільська брама» встановили кулінарний рекорд – найдовша в Україні 400-метрова ковбаса;

у 2017 році на фестивалі сала та самогону виклали найдовшу в країні контактну барну стійку довжиною 40 метрів 93 сантиметри.

Особливість Тернопільської області полягає в тому, що тут нерозривно пов'язані декілька українських культур. В результаті ми отримуємо шедеври кулінарної майстерності і мистецтва.

Слід звернути увагу на даного роду заходи адже, інтерес до гастрономії в світі в останні роки перебуває на своєму піку, й гастрономічні фестивалі стають все більш популярними. Яскравим прикладом можна назвати фестиваль «Masters of Food & Wine», що проходив у Франції і коштував для відвідувачів 180 євро на людину. Організатори вклали велику суму грошей, але заробили в шестеро більше, що значно покращило становище міста. Слід брати приклад у країн Європи та Америки, де подібні явища надзвичайно поширені та викликають великий ажіотаж не лише у жителів міста, але й у туристів, яких приваблюють такі заходи. Фестивалі мають вікову історію, що допомагає створити і зберегти імідж країни. У гастро-турах можна повністю реалізуватися як шеф-поваром так і витонченим сомельє чи дегустатором. Ці заходи дозволяють втілити у життя різного роду задуми. Наприклад, на одному з гастро фестивалів у Франції, для того аби уникнути черг, ввели власну валюту. Назвали тематично - "les miams", що можна перекласти як "нями". Отримати їх можна було відразу на вході - поміняти євро на нями, і вже ними розраховуватися за їжу, обмінний курс: 1 ням - 2 євро.

Взимку відомий гастрономічний фестиваль проводять в Сент-Моріц (*St. Moritz Gourmet Festival*) - на знаменитому швейцарському курорті. Цей захід вважається одним із найбільш визначних подій у царині кулінарного мистецтва. Триває він зазвичай трохи менше тижня. На гастрономічне свято запрошують найкращих кухарів світу для презентації їхніх нових страв високої кухні. Програма фестивалю зазвичай насичена: тут і вечірки, і гала-вечори, й майстер-класи, й урочисті обіди.

Підводячи підсумки можна стверджувати, що гастрономічний маркетинг на Тернопільщині набирає обертів і його потрібно всебічно розвивати. Це дозволить пропагувати культурні традиції Галичини, екологічної їжі та популяризувати Тернопіль як гастрономічний центр Західної України. А це в свою чергу збільшить потік туристів і сприятиме поповненню міського бюджету.

УДК 338.46

Долинська А.– ст. гр. БМс-42

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ЯРМАРКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Машлій Г.Б.

Dolynska A.

*Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University*

## **FAIRS AS AN ELEMENT OF MARKET INFRASTRUCTURE**

Supervisor: Ph.D, Assoc. Prof. Mashliy H.B.

Ключові слова: ярмарок, ярмаркова торгівля.

Keywords: fair, fairs trade.

Ярмарком називають періодичні, як правило, великі роздрібні торги, які з метою продажу товарів проводяться в обумовленому місці в установлені терміни за участі багатьох організацій і підприємств оптової і роздрібної торгівлі, промислових і сільськогосподарських підприємств — виробників товарів народного споживання, інших суб'єктів підприємницької діяльності. Як правило, продаж товарів на ярмарках здійснюється через торговельні ряди з визначеними торговими місцями, тимчасові павільйони, автомагазини та автопричепи, активно використовуються також засоби переносної торгівлі [1].

Основна мета ярмаркових торгів - оптова продаж товарів, укладання прямих договорів чи контрактів між продавцями і покупцями. Предметом діяльності ярмарку є надання комплексу послуг учасникам по укладанню торгових угод, налагодження ділових контактів, упорядкування процесу оптової торгівлі, аналіз і підготовка інформації щодо кон'юнктури ринку, організація реклами [2].

З урахуванням цільового призначення та часу проведення ярмарків розрізняють сезонні (весняно-літні, осінні) та традиційні ярмарки; з урахуванням тривалості проведення ярмарків - короткотермінові і постійно діючі (тобто функціонуючі протягом відносно тривалого часу). На сезонних ярмарках продаються продовольчі та/або непродовольчі товари широкого асортименту, проводиться сезонний розпродаж товарів за цінами зі знижкою, організовується виїзна та виїзна торгівля.

Основними проблемами розвитку ярмаркової торгівлі в Україні є наступні:

- немає професійно відпрацьованої системи організації ярмаркової діяльності;
- брак фахівців на підприємствах, які змогли б достатньо кваліфіковано і відповідально продемонструвати продукцію;
- немає системи дизайнерського та ергономічного забезпечення виставково-ярмаркової діяльності;
- відсутність ефективної державної політики стосовно ярмаркової діяльності.

Україна повинна брати участь у проведенні різних видів ярмарків, особливо закордонних, оскільки буде сприяти формуванню позитивного іміджу нашої держави, просуванню продукції вітчизняних виробників на міжнародні ринки, стимулювати розвиток вітчизняної економіки, техніки та зростанню експортних можливостей України.

#### **Література:**

1. Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник для студ. вищ. навч. закл. / В.В.Апопій [та ін.]; за ред. В.В. Апопія / - ЦУЛ: 2005. – 606 с.
2. Виставково-ярмаркова діяльність як форма маркетингових комунікацій [Електронний ресурс].-Режим доступу: [https://studme.com.ua/19531117/marketing/vystavochno-yarmarochnaya\\_deyatelnost\\_kak\\_forma\\_marketingovyh\\_kommunikatsiy.htm](https://studme.com.ua/19531117/marketing/vystavochno-yarmarochnaya_deyatelnost_kak_forma_marketingovyh_kommunikatsiy.htm).